

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(ข่าว)
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 5 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	177	44.3
หญิง	223	55.8
2. อายุ		
18-25 ปี	82	20.5
26-35 ปี	108	27.0
36-45 ปี	88	22.0
46-55 ปี	75	18.8
56-65 ปี	32	8.0
65 ปีขึ้นไป	15	3.8
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	61	15.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	60	15.0
พนักงานบริษัทเอกชน	59	14.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	57	14.3
เกษตรกร/ประมง	42	10.5
รับจ้างทั่วไป	60	15.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงาน	61	15.3
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	200	50
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	175	43.8
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.3
5. รายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	156	39.0
10,001 – 20,000 บาท	147	36.8
20,001 – 30,000 บาท	44	11.0
30,001-40,000 บาท	29	7.3
40,001-50,000 บาท	14	3.5
มากกว่า 50,000 บาท	10	2.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

6. ภูมิฐานะ		
ภาคกลาง	100	25.0
ภาคเหนือ	100	25.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	100	25.0
ภาคใต้	100	25.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 ราย มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง ในสัดส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.3 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.7

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคืออยู่ในช่วงระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 ช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.5 ช่วงอายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 ช่วงอายุระหว่าง 56-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 3.8 เท่านั้น

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียน/นักศึกษาและแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.3 รองลงมาคือผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและรับจ้างทั่วไป โดยคิดเป็นร้อยละ 15.0 และผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันโดยคิดเป็นร้อยละ 14.8 และ 14.3 ส่วนอาชีพเกษตรกร/ประมง มีเพียงร้อยละ 10.5

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มีผู้ที่จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.8 ส่วนผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีเพียงร้อยละ 6.3

รายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.8 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนผู้มีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือน มากกว่า 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และ 2.5 ตามลำดับ

ภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่าง ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ส่วนที่ 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข้าว)

การวิเคราะห์ถึงระดับความสำคัญของข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภายได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข้าว) ได้แก่

- 1) เนื้อหารายการ
- 2) พิธีกรข่าว / ผู้ประกาศ
- 3) รูปแบบ / กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ
- 4) เวลาออกอากาศ
- 5) แกรับเชิญหรือแหล่งข่าว
- 6) การจัดจกรายการ

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคให้เป็นระดับที่มีความสำคัญต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับคะแนน โดยแบ่งได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่สำคัญที่สุดต่อการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์

ส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อหารายการ	243	60.8
2. พิธีกรข่าว/ผู้ประกาศ	50	12.5
3. รูปแบบ/กลวิธีนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ	56	14.0
4. เวลาออกอากาศ	21	5.3
5. แกรับเชิญแหล่งข่าว	30	7.5
6. การจัดฉากรายการ	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่สำคัญที่สุดต่อการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเนื้อหา รายการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาด้านรูปแบบ/กลวิธีนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง คิดเป็นร้อยละ 14.0 ด้านพิธีกรข่าว/ผู้ประกาศ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ด้านแกรับเชิญแหล่งข่าว คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนด้านเวลาออกอากาศ มีเพียงร้อยละ 5.3 เท่านั้น

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยส่วนประสมทางการตลาดของคุณสมบัติรายการข้าวต่อการชมรายการข้าวโทรทัศน์

คุณสมบัติรายการข้าว	ระดับความสำคัญ												SD	ค่าเฉลี่ยร้อยละ	ความหมายที่ได้
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)						
									ร้อยละ	จำนวน					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ด้านเนื้อหารายการ													4.22	0.640	มาก
	1.1 ความรวดเร็วทันเหตุการณ์	194	48.5	168	42.0	36	9.0	2	0.5	0	0.0		4.39	0.669	มาก
	1.2 ความน่าสนใจ	163	40.8	184	46.0	51	12.8	1	0.3	1	0.3		4.27	0.705	มาก
	1.3 ความถูกต้อง	204	51.0	128	32.0	60	15.0	4	1.0	4	1.0		4.31	0.834	มาก
	1.4 ความเป็นกลาง	170	42.5	144	36.0	67	16.8	17	4.3	2	0.5		4.16	0.886	มาก
	1.5 ความกระชับชัดเจน	123	30.8	181	45.3	74	18.5	15	3.8	7	1.8		4.00	0.896	มาก
2. ด้านพิธีกรข้าว/ผู้ประกาศ													3.83	0.611	มาก
	2.1 รูปร่าง หน้าตา	45	11.3	147	36.8	162	40.5	36	9.0	10	2.5		3.45	0.897	ปานกลาง
	2.2 บุคลิกน่าเชื่อถือ	88	22.0	182	45.5	115	28.8	14	3.5	1	0.3		3.86	0.807	มาก
	2.3 ออกเสียงอักขระ ชัดเจน	116	29.0	176	44.0	94	23.5	12	3.0	2	0.5		3.98	0.831	มาก
	2.4 มีความรู้ในข้าวที่อ่านเป็นอย่างดี	152	38.0	154	38.5	89	22.3	5	1.3	0	0.0		4.13	0.798	มาก
	2.5 แต่งกายเหมาะสม	68	17.0	190	47.5	108	27.0	26	6.5	8	2.0		3.71	0.893	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

คุณสมบัติรายการข่าว	ระดับความสำคัญ												
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		ค่าเฉลี่ย ร้อยละ	SD จำนวน	ความหมายที่ได้
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
3. ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่างๆ													
3.1 รายงานข่าวในห้องข่าว	61	15.3	166	41.5	147	36.8	22	5.5	4	1.0	3.65	0.840	มาก
3.2 รายงานข่าวนอกห้องข่าว/นอกสถานที่	78	19.5	196	49.0	110	27.5	16	4.0	0	0.0	3.84	0.778	มาก
3.3 ภาพเหตุการณ์ประกอบการรายงาน	130	32.5	175	43.8	88	22.0	6	1.5	1	0.3	4.07	0.790	มาก
3.4 ความคมชัดของภาพข่าว	120	30.0	167	41.8	101	25.3	12	3.0	0	0.0	3.99	0.821	มาก
3.5 ภาพคอมพิวเตอร์กราฟฟิคประกอบการรายงาน	49	12.3	164	41.0	145	36.3	37	9.3	5	1.3	3.54	0.869	มาก
3.6 เปิดโอกาสให้ส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น	73	18.3	177	44.3	118	29.5	27	6.8	5	1.3	3.72	0.884	มาก
3.7 แจกของรางวัล	31	7.8	68	17.0	156	39.0	90	22.5	55	13.8	2.83	1.108	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

คุณสมบัติรายการข่าว	ระดับความสำคัญ											ความหมายที่ได้	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		ค่าเฉลี่ย ร้อยละ		SD จำนวน
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
4. ด้านเวลาออกอากาศ 4.1 ช่วงเวลาออกอากาศ 4.2 ระยะเวลาการออกอากาศ 5. ด้านการรับเชิญ/แหล่งข่าว 5.1 บุคคลที่อยู่ในความสนใจ 5.2 บุคคลสำคัญ 6. การจัดรายการ 6.1 การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ เช่น โต๊ะ, เก้าอี้ 6.2 ความสวยงามในการจัดฉากหลัง													
	132	33.0	178	44.5	86	21.5	4	1.0	0	0.0	4.00	0.711	มาก
	93	23.3	186	46.5	113	28.3	8	2.0	0	0.0	4.10	0.760	มาก
											3.91	0.767	มาก
											3.96	0.810	มาก
	126	31.5	164	41.0	93	23.3	15	3.8	2	0.5	3.99	0.863	มาก
	109	27.3	171	42.8	104	26.0	13	3.3	3	0.8	3.93	0.852	มาก
											3.28	0.884	ปานกลาง
	31	7.8	131	32.8	160	40.0	70	17.5	8	2.0	3.27	0.907	ปานกลาง
	39	9.8	126	31.5	159	39.8	67	16.8	9	2.3	3.30	0.936	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม											3.84	0.432	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ในภาพรวม อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 แบ่งเป็นรายด้านได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเนื้อหารายการ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านพิธีกรข่าว / ผู้ประกาศ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านรูปแบบ / กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเวลาออกอากาศ อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเขย่ารับเชิญ / แหล่งข่าว อยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติรายการข่าวโทรทัศน์ด้านการจัดรายการ อยู่ในระดับ “ปานกลาง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการขายการจำนองที่ดิน

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของประเภทการขายจำนองที่ดินที่ชม

ประเภทรายการจำนองที่ดิน	ระดับการชม										ความหมายที่ได้		
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)			ค่าเฉลี่ยร้อยละ	SD
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. จำนองในพระราชสำนัก	56	14.0	150	37.5	135	33.8	45	11.3	14	3.5	3.47	0.983	ปานกลาง
2. จำนองการเมือง	129	32.3	146	36.5	101	25.3	14	3.5	10	2.5	3.93	0.968	มาก
3. จำนองเศรษฐกิจ	100	25.0	145	36.3	118	29.5	27	6.8	10	2.5	3.75	0.989	มาก
4. จำนองสังคม	51	12.8	156	39.0	153	38.3	38	9.5	2	0.5	3.54	0.852	มาก
5. จำนองเกษตร	42	10.5	103	25.8	148	37.0	86	21.5	21	5.3	3.15	1.041	ปานกลาง
6. จำนองกีฬา	86	21.5	108	27.0	135	33.8	51	12.8	20	5.0	3.47	1.112	ปานกลาง
7. จำนองบันเทิง	70	17.5	131	32.8	127	31.8	48	12.0	24	6.0	3.44	1.095	ปานกลาง
8. จำนองอาชญากรรม	26	6.5	146	36.5	162	40.5	59	14.8	7	1.8	3.31	0.864	ปานกลาง
9. จำนองพาณิชยกรรม	32	8.0	135	33.8	146	36.5	70	17.5	17	4.3	3.24	0.974	ปานกลาง
10. จำนองวิเคราะห์(วิเคราะห์จำนอง)	100	25.0	137	34.3	98	24.5	45	11.3	20	5.0	3.63	1.123	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม											3.49	0.514	ปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์อยู่ในระดับ “มาก” ประกอบด้วย
ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคมและข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเหตุผลที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์

เหตุผลที่ชม	ระดับความสำคัญ										ค่าเฉลี่ย	SD	ความหมายที่ได้
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ยกย่องข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้น 2. ต้องการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ 3. มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน 4. ช่วยให้เรามีความรู้รอบตัวมากขึ้นและ เป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ 5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา 6. รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่ กว่าสื่ออื่นๆ มีทั้งภาพและเสียง 7. ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่นๆ 8. เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว 9. ไม่รู้จะทำอะไร	180	45.0	147	36.8	72	18.0	1	0.3	0	0.0	4.26	0.756	มาก
	69	17.3	187	46.8	119	29.8	20	5.0	5	1.3	3.74	0.846	มาก
	52	13.0	187	46.8	133	33.3	24	6.0	4	1.0	3.65	0.818	มาก
	136	34.0	183	45.8	71	17.8	9	2.3	1	0.3	4.11	0.787	มาก
	50	12.5	163	40.8	136	34.0	40	10.0	11	2.8	3.50	0.931	มาก
	102	25.5	175	43.8	112	28.0	11	2.8	0	0.0	3.92	0.800	มาก
	82	20.5	177	44.3	117	29.3	21	5.3	3	0.8	3.79	0.855	มาก
	51	12.8	136	34.0	155	38.8	51	12.8	7	1.8	3.43	0.929	ปานกลาง
	14	3.5	72	18.0	100	25.0	109	27.3	105	26.3	2.45	1.160	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม											3.65	0.510	มาก

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อเหตุผลที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ภาพรวม อยู่ในระดับ “มาก” ซึ่งประกอบด้วยเหตุผล อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ต้องการใช้อินโฟร์ม ข่าวสารเพื่อตัดสินใจ มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้นและเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียงและได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์

ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อนบ้าน	25	6.3
2. เพื่อนที่ทำงาน	42	10.5
3.ญาติพี่น้อง	48	12.0
4.สามีหรือภรรยา	65	16.3
5. ตนเอง	220	55.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าว ร้อยละเียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวมากที่สุดคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ สามีหรือภรรยา คิดเป็นร้อยละ 16.3 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 12.0 เพื่อนที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ส่วนเพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1. 05.00 – 09.00 น.	49	12.3
2. 09.01 – 12.00 น.	35	8.8
3. 12.01 – 15.00 น.	27	6.8
4. 15.01 – 18.00 น.	35	8.8
5. 18.01 – 21.00 น.	190	47.5
6. 21.01 ขึ้นไป	64	16.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างชมรายการข่าวโทรทัศน์ รายละเอียดดังนี้
ช่วงเวลาที่ชมรายการข่าวมากที่สุดคือ 18.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ
ช่วงเวลา 21.01 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงเวลา 05.00-09.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.3 ส่วน
ช่วงเวลา 09.00-12.00 และ 15.01-18.00 น. มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ส่วนช่วงเวลา 12.01-
15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่ชม
(ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	304	76.1
2. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	164	41.0
3. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	268	67.0
4. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	195	48.8
5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	59	14.8
6. สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย	110	27.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 ช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชม รายละเอียดดังนี้
ช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมมากที่สุดคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี
ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 67.0
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ คิดเป็นร้อยละ 48.8 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คิดเป็นร้อย
ละ 41.0 สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย คิด
เป็นร้อยละ 14.8

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่ชมมากที่สุด

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	185	46.3
2. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	27	6.8
3. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	94	23.5
4. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	51	12.8
5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	15	3.8
6. สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย	28	7.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 ช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมมากที่สุด รายละเอียดดังนี้
ช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมมากที่สุดคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี
ช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 23.5
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 ส่วนสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย และสถานีวิทยุ
โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีค่าใกล้เคียงกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.0 และ 6.8 ส่วนสถานีวิทยุ
โทรทัศน์แห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลการเลือกช่องรายการ ข่าวโทรทัศน์ที่ชม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าวมีสาระดี / น่าสนใจ	267	66.8
2. ข่าวทันเหตุการณ์	300	75.0
3. ชอบผู้ประกาศข่าว	124	31.1
4. รูปแบบการนำเสนอข่าวทันสมัย	175	43.8
5. รายงานกระชับเข้าใจง่าย, ตรงประเด็น	214	53.5
6. ข่าวถูกต้องแม่นยำตรงกับความจริง	123	30.8
7. เสนอข่าวหลายประเภท	157	39.3
8. เป็นช่วงเวลาว่าง	121	30.3
9. ภาพชัดเจน	109	27.3
10. ได้ความรู้มากกว่าช่องอื่น / มีการวิเคราะห์ข่าว	105	26.3
11. มีข่าวตลอดวัน	102	25.5
12. เสนอข่าวเป็นกลาง	85	21.3
13. เสนอข่าวนานกว่าช่องอื่น	37	9.3
14. โฆษณาน้อย	56	14.0
15. ดูตามคนอื่น	20	5.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 เหตุผลการเลือกช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่ชมของกลุ่มตัวอย่าง รายละเอียดดังนี้

เหตุผลการเลือกช่องรายการข่าวโทรทัศน์ที่ชมของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ ข่าวทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ข่าวมีสาระดี / น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 66.8 รายงานกระชับเข้าใจง่าย, ตรงประเด็น คิดเป็นร้อยละ 53.5 รูปแบบการนำเสนอข่าวทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 43.8 เสนอข่าวหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 39.3 ส่วนเหตุผลชอบผู้ประกาศข่าว, ข่าวถูกต้องแม่นยำตรงกับความจริงและเป็นช่วงเวลาว่าง มีค่าใกล้เคียงกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 31.1, 30.8 และ 30.3 ภาพชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ได้ความรู้มากกว่าช่องอื่น / มีการวิเคราะห์ข่าว คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีข่าวตลอดวัน คิดเป็นร้อยละ 25.5 เสนอข่าวเป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.3 โฆษณาน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.0 เสนอข่าวนานกว่าช่องอื่น คิดเป็นร้อยละ 9.3 และดูตามคนอื่น คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ชมรายการข่าว

สถานที่โทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
1. บ้าน	353	88.3
2. ที่ทำงาน	30	7.5
3. ร้านค้า	17	4.3
4. อื่น ๆ	0	0.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 สถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง รายละเอียดดังนี้ สถานที่ชมรายการข่าวมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง คือ บ้าน คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาคือ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการชมรายการข่าว

สถานที่โทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง / วัน	59	14.8
2. มากกว่า 1 ครั้ง / วัน	211	52.8
3. 1 – 2 ครั้ง / สัปดาห์	21	5.3
4. 3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์	40	10.0
5. 5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์	68	17.0
6. น้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์	1	0.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 ความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง รายละเอียดดังนี้

ความถี่ในการชมรายการข่าวมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง คือ มากกว่า 1 ครั้ง / วัน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาความถี่ในการชมคือ 5 – 6 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.0 ความถี่ในการชม 1 ครั้ง / วัน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ความถี่ในการชม 3 – 4 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ความถี่ในการชม 1 – 2 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนความถี่ในการชมน้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 0.3

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานในการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 3 ข้อ คือ

1. ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน
2. ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

3. ปัจจัยของผลิตภัณฑ์ (ข่าว) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการทดสอบไว้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ได้ผลการทดสอบจำแนกแต่ละสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน
H₀: ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน
H₁: ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างในการเลือกชมประเภทรายการข่าว

ประเภทรายการข่าว	ระดับการชม					χ ²	Prob.
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
ข่าวในพระราชสำนัก	56	150	135	45	14	176.025	0.000
ข่าวการเมือง	129	146	101	14	10	205.675	0.000
ข่าวเศรษฐกิจ	100	145	118	27	10	172.225	0.000
ข่าวสังคม	51	156	153	38	2	247.425	0.000
ข่าวเกษตร	42	103	148	86	21	126.425	0.000
ข่าวกีฬา	86	108	135	51	20	103.575	0.000
ข่าวบันเทิง	70	131	127	48	24	113.375	0.000
ข่าวอาชญากรรม	26	146	162	59	7	247.075	0.000
ข่าวพยากรณ์อากาศ	32	135	146	70	17	171.925	0.000
ข่าววิเคราะห์	100	137	98	45	20	109.975	0.000

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ผู้ชมมีพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน คือ การชมระดับ “มาก” ประกอบด้วย ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง และข่าววิเคราะห์ ส่วนการชมระดับ “ปานกลาง” ประกอบด้วย ข่าวเกษตร ข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรมและ ข่าวพยากรณ์อากาศ

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างของเหตุผลการชมรายการข่าว

เหตุผลที่ชม	ระดับความสำคัญ					χ^2	Prob.
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
1. อยากรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	180	147	72	1	0	191.940	0.000
2. ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	69	187	119	20	5	278.950	0.000
3. มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	52	187	133	24	4	299.425	0.000
4. ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	136	183	71	9	1	313.850	0.000
5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	50	163	136	40	11	216.075	0.000
6. รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	102	175	112	11	0	136.940	0.000
7. ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ	82	177	117	21	3	252.400	0.000
8. เป็นช่วงเวลาที่เหมาะช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	51	136	155	51	7	197.150	0.000
9. ไม่รู้จะทำอะไร	14	72	100	109	105	78.575	0.000

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมมีเหตุผลการชมรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน คือ ระดับความสำคัญ “มากที่สุด” ประกอบด้วย อยากรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ระดับความสำคัญ “มาก” ประกอบด้วย ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ ระดับความสำคัญ “ปานกลาง” ประกอบด้วย เป็นช่วงเวลาที่เหมาะช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว ระดับความสำคัญ “น้อย” ประกอบด้วย ไม่รู้จะทำอะไร

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างของผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชมรายการข่าว

ผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพล	จำนวน	Chi-square Value	Chi-square prob
เพื่อนบ้าน	25	316.475	0.000
เพื่อนที่ทำงาน	42		
ญาติพี่น้อง	48		
สามีหรือภรรยา	65		
ตนเอง	220		
รวม	400		

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน คือ ตนเองมากที่สุด รองลงมาคือสามีหรือภรรยาและญาติพี่น้อง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างของช่วงเวลาในการชมรายการข่าว

ช่วงเวลา	จำนวน	Chi-square Value	Chi-square prob
05.00-09.00 น.	49	286.640	0.000
09.01-12.00 น.	35		
12.01-15.00 น.	27		
15.01-18.00 น.	35		
18.01-21.00 น.	190		
21.01 น. ขึ้นไป	64		
รวม	400		

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมมีช่วงเวลาในการชมรายการข่าว แตกต่างกัน คือ ช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือช่วงเวลา 21.01 น.ขึ้นไปและช่วงเวลา 05.00 – 0.900 น. ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างของสถานที่ในการชมรายการข่าว

สถานที่ชม	จำนวน	Chi-square Value	Chi-square prob
บ้าน	352	850.940	0.000
ที่ทำงาน	30		
ร้านค้า	18		
รวม	400		

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมมีสถานที่ชมรายการข่าว แตกต่างกัน คือ บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ที่ทำงานและร้านค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการชมรายการข่าว

ความถี่	จำนวน	Chi-square Value	Chi-square prob
1 ครั้ง/วัน	59	420.020	0.000
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	211		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	21		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	40		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	68		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	1		
รวม	400		

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมมีความถี่ในการชมรายการข่าว แตกต่างกัน คือ ชมมากกว่า 1 ครั้ง/วัน มากที่สุด รองลงมาคือ 5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์และ 1 ครั้ง/วัน ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

- H_0 : ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน
- H_1 : ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามเพศเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	เพศชาย		เพศหญิง		Mann-Whitney U Value	Mann-Whitney U prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	3.45	197.70	3.49	202.72	19240.00	0.650
ข่าวการเมือง	4.05	213.76	3.83	189.98	17388.50	0.031*
ข่าวเศรษฐกิจ	3.82	210.31	3.68	192.71	17998.50	0.113
ข่าวสังคม	3.59	207.90	3.50	194.63	18426.00	0.225
ข่าวเกษตร	3.32	219.00	3.01	185.81	16460.50	0.003*
ข่าวกีฬา	3.89	243.45	3.14	166.41	12133.50	0.000*
ข่าวบันเทิง	3.12	167.79	3.69	226.47	13945.00	0.000*
ข่าวอาชญากรรม	3.41	211.19	3.24	192.02	17844.00	0.079
ข่าวพยากรณ์อากาศ	3.31	209.16	3.18	193.63	18202.50	0.161
ข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)	3.75	213.44	3.53	190.23	17446.00	0.039*

จากการตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Mann-Whitney U-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวการเมือง ข่าวเกษตร ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิงและข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตาม
เพศเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	เพศชาย		เพศหญิง		Mann-Whitney U Value	Mann-Whitney U prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.25	197.10	4.28	203.20	19134.00	0.571
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.75	204.84	3.73	197.05	18967.00	0.472
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.64	201.04	3.65	200.07	19640.50	0.929
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และ เป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.17	207.95	4.06	194.59	18417.00	0.216
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.37	182.29	3.61	214.95	16512.50	0.003*
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและ ใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	3.90	198.32	3.93	202.23	19349.50	0.720
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพ มากกว่าสื่ออื่น ๆ	3.72	192.95	3.83	206.49	18400.00	0.215
เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียง อย่างเดียว	3.45	200.78	3.42	200.28	19685.50	0.963
ไม่รู้จะทำอะไร	2.51	205.27	2.41	196.71	18891.00	0.448

จากการตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Mann-Whitney U-test แบบ 2 กลุ่ม
ตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีเหตุผลชมรายการ
ข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะเพื่อนำไปใช้ในการสนทนา

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามเพศเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพล	เพศชาย		เพศหญิง		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	7	4.00	18	8.10	5.577	0.233
เพื่อนที่ทำงาน	23	13.00	19	8.50		
ญาติพี่น้อง	18	10.20	30	13.50		
สามีหรือภรรยา	29	16.40	36	16.10		
ตนเอง	100	56.50	120	53.80		

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามเพศเปรียบเทียบกับช่วงเวลาที่ชม

ช่วงเวลา	เพศชาย		เพศหญิง		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	21	11.90	28	12.60	3.033	0.695
09.01-12.00 น.	15	8.50	20	9.00		
12.01-15.00 น.	10	5.60	17	7.60		
15.01-18.00 น.	13	7.30	22	9.90		
18.01-21.00 น.	92	52.00	98	43.90		
21.01 น.ขึ้นไป	26	14.70	38	17.00		

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีช่วงเวลาการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามเพศเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	เพศชาย		เพศหญิง		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	152	85.90	201	90.10	2.132	0.344
ที่ทำงาน	17	9.60	13	5.80		
ร้านค้า	8	4.50	9	4.00		

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามเพศเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่	เพศชาย		เพศหญิง		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	26	14.70	33	14.80	2.238	0.815
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	89	50.30	122	54.70		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	11	6.20	10	4.50		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	18	10.20	22	9.90		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	33	18.60	35	15.70		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	0.40		

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	2.89	136.21	3.56	209.65	3.61	217.98	3.71	224.81	3.69	222.08	3.60	215.97	36.196	0.000*
ข่าวการเมือง	3.44	148.58	3.81	188.89	4.19	228.99	4.09	218.31	4.19	226.91	4.40	255.37	33.050	0.000*
ข่าวเศรษฐกิจ	3.33	154.23	3.64	186.66	3.97	224.26	3.88	216.65	4.03	234.27	4.20	260.97	29.310	0.000*
ข่าวสังคม	3.55	200.41	3.45	188.76	3.56	204.22	3.51	196.24	3.72	224.02	3.80	234.87	4.486	0.482
ข่าวเกษตร	2.45	126.77	3.00	182.25	3.42	228.51	3.57	246.50	3.56	248.52	3.40	238.20	65.355	0.000*
ข่าวกีฬา	3.29	182.98	3.55	209.76	3.68	220.82	3.48	197.64	3.06	158.58	3.53	214.17	10.495	0.062
ข่าวบันเทิง	3.85	246.24	3.47	203.87	3.15	170.47	3.31	184.33	3.47	205.13	3.20	173.37	22.917	0.000*
ข่าวอาชญากรรม	3.28	195.22	3.24	190.01	3.35	204.81	3.36	206.15	3.22	195.38	3.73	262.33	6.483	0.262
ข่าวพยากรณ์อากาศ	3.04	178.46	3.03	174.17	3.41	219.44	3.45	226.66	3.31	214.25	3.60	239.37	18.669	0.002*
ข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)	3.32	169.35	3.65	202.50	3.87	224.28	3.64	202.49	3.62	197.75	3.73	212.80	10.686	0.058

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างก็มีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวบันเทิงและข่าวพยากรณ์อากาศ

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.10	176.35	4.31	208.47	4.36	214.43	4.37	215.24	4.09	172.45	4.07	179.50	10.505	0.062
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.71	194.02	3.51	173.88	3.89	218.14	3.83	212.25	4.00	233.58	3.67	194.80	13.234	0.021*
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.67	200.16	3.58	193.10	3.66	203.55	3.71	208.09	3.69	208.34	3.53	183.07	1.532	0.909
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.18	209.98	4.08	197.54	4.18	207.54	4.01	187.71	4.19	210.02	3.80	172.37	3.457	0.630
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.62	214.75	3.37	183.62	3.61	211.47	3.60	213.02	3.28	173.50	3.13	174.83	8.657	0.124
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่มากว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	3.89	197.15	3.95	205.34	3.94	203.29	3.97	207.00	3.75	176.59	3.80	186.10	2.446	0.785
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ	3.78	200.72	3.74	193.31	3.85	208.50	3.91	214.63	3.56	174.05	3.60	189.97	4.274	0.511
เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	3.48	205.31	3.39	194.66	3.55	210.85	3.48	207.39	3.19	175.38	3.13	174.70	4.059	0.541
ไม่รู้จะทำอะไร	2.83	234.54	2.35	190.37	2.44	201.26	2.51	206.81	2.03	161.25	1.80	135.13	17.706	0.003*

จากการางที่ 4.26 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจและ ไม่รู้จะทำอะไร

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพล	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	6	7.30	2	1.90	4	4.50	6	8.00	7	21.90	0	0.00	62.767	0.000*
เพื่อนที่ทำงาน	7	8.50	11	10.20	14	15.90	6	8.00	3	9.40	1	6.70		
ญาติพี่น้อง	20	24.40	13	12.00	4	4.50	8	10.70	2	6.30	1	6.70		
สามีหรือภรรยา	1	1.20	14	13.00	21	23.90	19	25.30	8	25.00	2	13.30		
ตนเอง	48	58.50	68	63.00	45	51.10	36	48.00	12	37.50	11	73.30		

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับช่วงเวลาทั้งหมด

ช่วงเวลา	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	4	4.90	11	10.20	13	14.80	10	13.30	8	25.00	3	20.00	43.831	0.011*
09.01-12.00 น.	4	4.90	5	4.60	11	12.50	9	12.00	2	6.30	4	26.70		
12.01-15.00 น.	4	4.90	3	2.80	7	8.00	7	9.30	4	12.50	2	13.30		
15.01-18.00 น.	4	4.90	12	11.10	10	11.40	6	8.00	2	6.30	1	6.70		
18.01-21.00 น.	49	59.80	54	50.00	36	40.90	32	42.70	15	46.90	4	26.70		
21.01 น.ขึ้นไป	17	20.70	23	21.30	11	12.50	11	14.70	1	3.10	1	6.70		

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีช่วงเวลาการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	76	92.70	92	85.20	73	83.00	68	90.70	29	90.60	15	100.00	9.950	0.445
ที่ทำงาน	3	3.70	11	10.20	11	12.50	4	5.30	1	3.10	0	0.00		
ร้านค้า	3	3.70	5	4.60	4	4.50	3	4.00	2	6.30	0	0.00		

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอายุเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่ในการชม	18-25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		56-65 ปี		65 ปีขึ้นไป		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	10	12.20	17	15.70	12	13.60	14	18.70	5	15.60	1	6.70	16.754	0.891
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	37	45.10	60	55.60	48	54.50	39	52.00	19	59.40	8	53.30		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	3.70	5	4.60	4	4.50	6	8.00	2	6.30	1	6.70		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	11	13.40	7	6.50	11	12.50	6	8.00	3	9.40	2	13.30		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	21	25.60	18	16.70	13	14.80	10	13.30	3	9.40	3	20.00		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	0.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00		

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		เกษตรกร/ประมง		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงาน		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	2.80	127.16	3.70	229.53	3.64	217.11	3.33	182.23	3.76	234.18	3.58	212.12	3.57	211.68	39.472	0.000*
ข่าวการเมือง	3.39	147.39	3.97	199.45	4.00	210.62	4.14	224.04	4.07	213.23	3.87	195.92	4.10	218.61	19.735	0.003*
ข่าวเศรษฐกิจ	3.26	150.68	3.63	188.93	3.71	196.89	4.26	258.66	3.95	221.00	3.58	176.33	3.90	220.51	35.333	0.000*
ข่าวสังคม	3.54	199.57	3.48	196.14	3.32	174.26	3.68	220.87	3.64	209.42	3.52	193.24	3.62	213.07	6.922	0.328
ข่าวเกษตร	2.38	120.03	3.22	207.49	3.10	195.42	3.05	192.87	3.74	257.48	3.28	211.27	3.44	236.32	50.711	0.000*
ข่าวกีฬา	3.33	185.93	3.43	191.23	3.42	196.50	3.60	214.69	3.21	176.32	3.97	255.09	3.28	177.74	21.363	0.002*
ข่าวบันเทิง	3.92	252.00	3.13	172.53	3.54	210.31	3.25	176.87	3.05	163.95	3.38	194.13	3.66	220.55	26.618	0.000*
ข่าวอาชญากรรม	3.25	189.96	3.40	209.96	3.19	180.19	3.35	208.04	3.40	211.90	3.38	210.70	3.25	196.44	4.449	0.616
ข่าวพยากรณ์อากาศ	2.93	168.13	3.22	197.83	3.17	188.58	3.35	211.07	3.55	239.36	3.10	184.39	3.44	226.25	16.375	0.012*
ข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)	3.39	175.52	3.92	226.86	3.61	199.35	3.82	224.42	3.31	159.61	3.57	198.42	3.70	208.52	15.066	0.020*

จากการตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเกษตร ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวพยากรณ์อากาศและข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)

ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		เกษียณ/ประมาณ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงาน		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.10	177.56	4.58	246.88	4.34	208.83	4.39	216.74	3.93	153.32	4.20	191.40	4.23	196.03	24.540	0.000*
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.72	193.04	3.68	190.37	3.71	202.65	4.07	244.06	3.76	200.79	3.57	184.33	3.67	190.85	12.037	0.061
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.74	206.41	3.60	195.11	3.63	203.08	3.70	207.31	3.86	230.23	3.53	184.83	3.54	185.98	6.240	0.397
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.28	224.20	4.28	221.44	4.15	204.31	4.14	203.18	4.12	198.95	3.97	183.78	3.84	167.52	12.633	0.049*
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.57	208.73	3.57	206.08	3.59	210.71	3.44	189.52	3.50	200.43	3.50	201.18	3.34	186.55	2.600	0.857
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	3.97	207.59	3.92	199.16	4.07	220.51	3.98	208.25	3.83	186.01	3.83	190.35	3.82	188.09	4.655	0.589
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ	3.75	196.75	3.85	205.17	3.88	211.05	4.02	231.54	3.60	172.13	3.72	192.81	3.64	187.55	9.462	0.149
เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	3.46	202.70	3.32	188.50	3.56	213.93	3.68	226.75	3.21	170.32	3.47	207.18	3.28	186.79	9.266	0.159
ไม่รู้จะทำอะไร	2.85	235.39	2.02	159.32	2.25	180.50	2.51	205.26	2.52	211.18	2.73	228.62	2.30	185.99	21.162	0.002*

จากการตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้นและทันสมัยทันเหตุการณ์และไม่รู้จะทำอะไร

ตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพล	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		เกษตร/ประมง		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงาน		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	5	8.20	2	3.30	1	1.70	2	3.50	2	4.80	3	5.00	10	16.40	50.987	0.001*
เพื่อนที่ทำงาน	7	11.50	9	15.00	4	6.80	8	14.00	2	4.80	10	16.70	2	3.30		
ญาติพี่น้อง	14	23.00	4	6.70	8	13.60	4	7.00	4	9.50	6	10.00	8	13.10		
สามีหรือภรรยา	0	0.00	12	20.00	14	23.70	7	12.30	12	28.60	9	15.00	11	18.00		
ตนเอง	35	57.40	33	55.00	32	54.20	36	63.20	22	52.40	32	53.30	30	49.20		

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับช่วงเวลาที่ชม

ช่วงเวลา	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		เกษตร/ประมง		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ เกษียณ/ไม่ทำงาน		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	2	3.30	10	16.70	9	15.30	4	7.00	6	14.30	9	15.00	9	14.80	77.576	0.000*
09.01-12.00 น.	4	6.60	0	0.00	2	3.40	4	7.00	9	21.40	2	3.30	14	23.00		
12.01-15.00 น.	3	4.90	3	5.00	0	0.00	5	8.80	4	9.50	3	5.00	9	14.80		
15.01-18.00 น.	3	4.90	5	8.30	4	6.80	7	12.30	1	2.40	8	13.30	7	11.50		
18.01-21.00 น.	37	60.70	32	53.30	29	49.20	23	40.40	19	45.20	30	50.00	20	32.80		
21.01 น.ขึ้นไป	12	19.70	10	16.70	15	25.40	15	24.60	3	7.10	8	13.30	2	3.30		

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีช่วงเวลารชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		เกษตร/ประมง		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พอบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงาน		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	57	93.40	53	88.30	54	91.50	46	80.70	40	95.20	47	78.30	56	91.80	18.399	0.104
ที่ทำงาน	2	3.30	5	8.30	4	6.80	8	14.00	1	2.40	9	15.00	1	1.60		
ร้านค้า	2	3.30	2	3.30	1	1.70	3	5.30	1	2.40	4	6.70	4	6.60		

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามอาชีพเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		เกษตร/ประมง		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ เกษียณ/ไม่ทำงาน		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	8	13.10	10	16.70	6	10.20	6	10.50	12	28.60	12	20.00	5	8.20	53.515	0.005*
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	25	41.00	39	65.00	31	52.50	27	47.40	25	59.50	32	53.30	32	52.50		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	4.90	2	3.30	0	0.00	6	10.50	1	2.40	4	6.70	5	8.20		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	7	11.50	2	3.30	6	10.20	10	17.50	1	2.40	7	11.70	7	11.50		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	18	29.50	6	10.00	16	27.10	8	14.00	3	7.10	5	8.30	12	19.70		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	1.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00		

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตาม
ระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	3.36	187.12	3.57	212.55	3.64	223.22	6.133	0.047*
ข่าวการเมือง	3.93	201.89	3.90	196.45	4.08	217.74	0.887	0.642
ข่าวเศรษฐกิจ	3.68	193.39	3.77	201.98	4.12	247.06	5.314	0.070
ข่าวสังคม	3.59	205.34	3.47	192.16	3.64	220.18	2.251	0.324
ข่าวเกษตร	3.16	202.70	3.10	194.76	3.36	223.12	1.586	0.453
ข่าวกีฬา	3.58	210.92	3.37	189.87	3.36	191.56	3.501	0.174
ข่าวบันเทิง	3.47	204.38	3.47	201.95	2.96	159.30	3.703	0.157
ข่าวอาชญากรรม	3.39	210.71	3.27	194.25	3.00	162.56	5.404	0.067
ข่าวพยากรณ์อากาศ	3.25	203.62	3.18	191.88	3.56	235.92	3.821	0.148
ข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)	3.53	190.82	3.61	196.63	4.60	305.10	23.777	0.000*

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวในพระราชสำนักและข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)

ตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตาม
ระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.16	185.13	4.34	211.70	4.60	245.10	10.426	0.005*
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.76	203.17	3.67	192.55	3.96	234.84	3.625	0.163
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.66	201.28	3.59	193.51	3.92	243.20	4.728	0.094
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และ เป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.07	196.96	4.08	194.62	4.60	270.00	11.258	0.004*
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.45	195.83	3.51	201.80	3.80	228.78	2.072	0.355
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและ ใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	3.91	198.55	3.89	196.89	4.20	241.38	3.820	0.148
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพ มากกว่าสื่ออื่น ๆ	3.70	189.65	3.86	209.14	3.96	226.86	4.593	0.101
เป็นช่วงเวลาในทุกช่องเสนอข่าวเพียง อย่างเดียว	3.39	195.90	3.46	202.96	3.60	220.08	1.238	0.538
ไม่รู้จะทำอะไร	2.50	205.91	2.39	195.09	2.44	195.08	0.931	0.628

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีเหตุผลชมรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์

ตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพล	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	20	10.00	5	2.90	0	0.00	17.286	0.027*
เพื่อนที่ทำงาน	22	11.00	20	11.40	0	0.00		
ญาติพี่น้อง	27	13.50	20	11.40	1	4.00		
สามีหรือภรรยา	29	14.50	30	17.10	6	24.00		
ตนเอง	102	51.00	100	57.10	18	72.00		

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับช่วงเวลาชม

ช่วงเวลา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	23	11.50	21	12.00	5	20.00	14.680	0.144
09.01-12.00 น.	24	12.00	10	5.70	1	4.00		
12.01-15.00 น.	19	9.50	8	4.60	0	0.00		
15.01-18.00 น.	14	7.00	19	10.90	2	8.00		
18.01-21.00 น.	93	46.50	85	48.60	12	48.00		
21.01 น.ขึ้นไป	27	13.50	32	18.30	5	20.00		

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีช่วงเวลาชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตาม
ระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	179	89.50	150	85.70	24	96.00	3.058	0.548
ที่ทำงาน	13	6.50	16	9.10	1	4.00		
ร้านค้า	8	4.00	9	5.10	0	0.00		

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตาม
ระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	29	14.50	27	15.40	3	12.00	5.638	0.845
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	106	53.00	88	50.30	17	68.00		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	12	6.00	9	5.10	0	0.00		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	19	9.50	20	11.40	1	4.00		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	34	17.00	30	17.10	4	16.00		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	0.60	0	0.00		

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank	Mean	Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	3.35	185.90	3.63	218.97	3.61	220.03	3.34	182.28	3.43	189.00	2.90	139.80	12.283	0.031*
ข่าวการเมือง	3.74	181.67	4.03	211.86	4.11	221.34	3.97	198.59	4.07	212.32	4.10	224.45	8.396	0.136
ข่าวเศรษฐกิจ	3.53	176.56	3.81	208.12	3.86	214.20	3.79	201.28	4.36	271.11	4.60	300.60	22.688	0.000*
ข่าวสังคม	3.53	196.59	3.56	204.30	3.39	186.76	3.41	181.48	3.93	257.39	3.90	241.55	7.251	0.203
ข่าวเกษตร	3.13	198.98	3.14	199.69	3.02	187.73	3.17	203.07	3.57	249.43	3.30	216.40	3.564	0.614
ข่าวกีฬา	3.47	201.71	3.43	196.23	3.36	187.63	3.41	188.71	4.14	267.64	3.80	241.10	7.550	0.183
ข่าวบันเทิง	3.58	215.28	3.42	200.23	3.20	177.39	3.28	177.22	3.50	200.32	2.90	143.30	8.571	0.127
ข่าวอาชญากรรม	3.33	204.43	3.25	191.70	3.43	211.77	3.38	207.22	3.43	219.71	3.00	172.65	2.854	0.723
ข่าวพยากรณ์อากาศ	3.20	197.07	3.25	202.36	3.20	193.65	3.17	192.57	3.50	229.00	3.60	239.90	2.733	0.741
ข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว)	3.49	188.66	3.67	201.52	3.66	203.19	4.10	249.36	3.43	184.93	3.90	238.45	8.819	0.117

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวในพระราชสำนักและข่าวเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	ไม่เกิน 10,000 บ.		10,001-20,000 บ.		20,001-30,000 บ.		30,001-40,000 บ.		40,001-50,000 บ.		มากกว่า 50,000 บ.		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean Rank	Mean Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.15	185.08	4.30	205.49	4.43	223.74	4.38	216.47	4.07	170.25	4.70	261.45	10.682	0.058
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.66	190.45	3.77	202.85	3.70	199.00	3.76	201.36	4.14	250.93	4.00	256.25	7.200	0.206
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.57	190.69	3.74	213.39	3.61	199.32	3.48	173.67	3.71	200.61	4.00	246.90	7.136	0.211
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.02	191.38	4.12	199.26	4.18	207.67	4.24	214.86	4.29	223.21	4.50	256.00	5.178	0.395
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.45	195.58	3.54	204.35	3.57	207.55	3.55	200.29	3.50	195.57	3.40	197.25	0.722	0.982
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	3.88	195.29	3.91	199.87	3.95	205.09	3.86	193.17	4.07	219.46	4.40	265.40	4.596	0.467
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่นๆ	3.63	182.05	3.83	205.77	3.86	209.13	3.90	211.78	4.00	225.00	4.60	305.95	15.629	0.008*
เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	3.33	190.13	3.54	211.96	3.55	215.25	3.17	168.09	3.43	200.71	3.60	222.65	6.750	0.240
ไม่รู้จะทำอะไร	2.54	208.58	2.52	207.80	2.25	182.92	2.21	175.53	1.93	148.82	2.40	189.35	7.027	0.219

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพล	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		χ^2	Prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	18	11.50	3	2.00	4	9.10	0	0.00	0	0.00	0	0.00	32.162	0.042*
เพื่อนที่ทำงาน	12	7.70	17	11.60	5	11.40	4	13.80	3	21.40	1	10.00		
ญาติพี่น้อง	24	15.40	15	10.20	4	9.10	5	17.20	0	0.00	0	0.00		
สามีหรือภรรยา	24	15.40	27	18.40	5	11.40	2	6.90	5	35.70	2	20.00		
ตนเอง	78	50.00	85	57.80	26	59.10	18	62.10	6	42.90	7	70.00		

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมรายการข้าวเจ้าแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับช่วงเวลาที่ชม

ช่วงเวลา	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	20	12.80	17	11.60	8	18.20	2	6.90	2	14.30	0	0.00	34.392	0.100
09.01-12.00 น.	17	10.90	13	8.80	2	4.50	1	3.40	1	7.10	1	10.00		
12.01-15.00 น.	15	9.60	6	4.10	2	4.50	3	10.30	1	7.10	0	0.00		
15.01-18.00 น.	13	8.30	11	7.50	6	13.60	4	13.80	0	0.00	1	10.00		
18.01-21.00 น.	73	46.80	78	53.10	21	47.70	8	27.60	5	35.70	5	50.00		
21.01 น.ขึ้นไป	18	11.50	22	15.00	5	11.40	11	37.90	5	35.70	3	30.00		

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีช่วงเวลาการชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมรายการข่าวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	140	89.70	133	90.50	34	77.30	26	89.70	11	78.60	9	90.00	14.531	0.150
ที่ทำงาน	9	5.80	9	6.10	5	11.40	3	10.30	3	21.40	1	10.00		
ร้านค้า	7	4.50	5	3.40	5	11.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00		

จากตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมรายการข่าวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	26	16.70	22	15.00	8	18.20	3	10.30	0	0.00	0	0.00	24.809	0.473
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	83	53.20	73	49.70	25	56.80	17	58.60	6	42.90	7	70.00		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	6	3.80	9	6.10	2	4.50	0	0.00	2	14.30	2	20.00		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	14	9.00	14	9.50	3	6.80	4	13.80	4	28.60	1	10.00		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	27	17.30	28	19.00	6	13.60	5	17.20	2	14.30	0	0.00		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	0.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00		

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับประเภทรายการข่าวที่ชม

ประเภทรายการข่าว	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
ข่าวในพระราชสำนัก	3.62	217.28	3.25	175.43	3.38	189.72	3.64	219.57	11.495	0.009*
ข่าวการเมือง	3.97	210.28	4.06	211.75	3.81	188.24	3.86	191.74	3.727	0.292
ข่าวเศรษฐกิจ	3.86	213.47	3.89	216.46	3.60	184.16	3.63	187.92	6.967	0.073
ข่าวสังคม	3.64	214.81	3.45	187.38	3.50	194.54	3.57	205.28	3.691	0.297
ข่าวเกษตร	3.18	202.25	3.26	211.89	2.80	164.54	3.35	223.33	15.813	0.001*
ข่าวกีฬา	3.56	207.12	3.54	209.56	3.19	174.50	3.60	210.83	7.310	0.063
ข่าวบันเทิง	3.57	213.08	3.38	196.67	3.12	166.86	3.68	225.40	15.556	0.001*
ข่าวอาชญากรรม	3.26	195.36	3.29	196.20	3.54	228.95	3.16	181.51	10.312	0.016*
ข่าวพยากรณ์อากาศ	3.53	232.92	3.05	176.99	3.22	197.24	3.15	194.86	13.578	0.004*
ข่าววิเคราะห์(วิเคราะห์ข่าว)	4.05	243.22	4.15	250.92	3.06	146.74	3.26	161.13	70.999	0.000*

จากตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวเกษตร ข่าวบันเทิง ข่าวอาชญากรรม ข่าวพยากรณ์อากาศและข่าววิเคราะห์(วิเคราะห์ข่าว)

ตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับเหตุผลที่ชม

เหตุผลที่ชม	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภูเก็ต		Kruskal Wallis Value	Kruskal Wallis prob
	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank	Mean	Mean Rank		
อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.49	230.90	4.24	198.12	4.27	203.22	4.06	169.77	16.491	0.001*
ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตัดสินใจ	3.73	203.27	3.81	206.59	3.65	191.36	3.76	200.79	1.109	0.775
มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน	3.70	209.30	3.53	184.97	3.63	196.08	3.73	211.66	4.033	0.258
ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้น และเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์	4.24	217.57	4.27	220.62	4.08	196.82	3.85	167.00	15.950	0.001*
เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา	3.63	214.70	3.48	197.50	3.40	189.99	3.50	199.82	2.703	0.440
รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง	4.07	222.11	4.14	230.78	3.84	188.63	3.63	160.49	26.643	0.000*
ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ	3.94	222.58	3.86	210.84	3.70	190.26	3.64	178.32	10.132	0.017*
เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว	3.65	226.02	3.40	196.29	3.23	178.88	3.45	200.83	9.465	0.024*
ไม่รู้จะทำอะไร	2.83	235.51	2.08	164.80	2.11	165.75	2.79	235.95	39.498	0.000*

จากตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Kruskal Wallis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ เพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้นและเป็นที่สนับที่ทันเหตุการณ์ รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่นๆ มีทั้งภาพและเสียง ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่นๆ เป็นช่วงเวลาที่ถูกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียวและไม่รู้จะทำอะไร

ตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำนวนตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับผู้มีส่วนร่วม/
อิทธิพลต่อการชม

ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพล	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		χ^2	prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพื่อนบ้าน	5	5.00	4	4.00	4	4.00	12	12.00	37.303	0.000*
เพื่อนที่ทำงาน	8	8.00	14	14.00	12	12.00	8	8.00		
ญาติพี่น้อง	10	10.00	19	19.00	11	11.00	8	8.00		
สามีหรือภรรยา	15	15.00	10	10.00	10	10.00	30	30.00		
ตนเอง	62	62.00	53	53.00	63	63.00	42	42.00		

จากตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำแนกตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับช่วงเวลาที่ชอบชม

ช่วงเวลา	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		χ^2	Prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
05.00-09.00 น.	3	3.00	13	13.00	16	16.00	17	17.00	45.425	0.000*
09.01-12.00 น.	14	14.00	4	4.00	4	4.00	13	13.00		
12.01-15.00 น.	6	6.00	7	7.00	3	3.00	11	11.00		
15.01-18.00 น.	17	17.00	6	6.00	4	4.00	8	8.00		
18.01-21.00 น.	41	41.00	56	56.00	58	58.00	35	35.00		
21.01 น.ขึ้นไป	19	19.00	14	14.00	15	15.00	16	16.00		

จากตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีช่วงเวลาการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมชมรายการข่าวจำแนกตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับสถานที่ชม

สถานที่ชม	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		χ^2	Prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
บ้าน	93	93.00	77	77.00	88	88.00	95	95.00	19.458	0.003*
ที่ทำงาน	5	5.00	14	14.00	7	7.00	4	4.00		
ร้านค้า	2	2.00	9	9.00	5	5.00	1	1.00		

จากตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการชมรายการข่าวจำนวนตามภูมิฐานะเปรียบเทียบกับความถี่ในการชม

ความถี่	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้		χ^2	Prob
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1 ครั้ง/วัน	6	6.00	22	22.00	15	15.00	16	16.00	29.761	0.013*
มากกว่า 1 ครั้ง/วัน	63	63.00	46	46.00	46	46.00	56	56.00		
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	5	5.00	4	4.00	8	8.00	4	4.00		
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	8	8.00	10	10.00	18	18.00	4	4.00		
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	18	18.00	17	17.00	13	13.00	20	20.00		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	1	1.00	0	0.00	0	0.00		

จากตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(ข้าว) มีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(ข้าว) ไม่มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(ข้าว) มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์

ตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ผลิตภัณฑ์(ข้าว) กับพฤติกรรมกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าว

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์(ข้าว)	พฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์		
	Spearman	Sig	ทิศทาง
1. เนื้อหารายการ	0.145	0.004*	เดียวกัน
2. พิธีกรข่าว / ผู้ประกาศ	0.036	0.468	-
3. รูปแบบ / กลวิธีการนำเสนอและ เทคโนโลยีต่าง ๆ	0.241	0.000*	เดียวกัน
4. เวลาออกอากาศ	0.196	0.000*	เดียวกัน
5. แกรับเชิญ / แหล่งข่าว	0.237	0.000*	เดียวกัน
6. การจัดฉากรายการ	0.035	0.488	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ
Spearman ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(ข้าว)
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ สามารถแบ่งเป็นรายด้าน
ได้ดังนี้ ในด้านเนื้อหารายการ รูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ เวลาออกอากาศ
และแกรับเชิญ/แหล่งข่าว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์

ตารางที่ 4.56 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=41)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรนำเสนอข่าวให้กระชับ ทันเหตุการณ์และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง	14	34.14
ควรนำเสนอให้เป็นกลางและนำเสนอทุกด้านไม่บิดเบือน	22	53.66
ควรใช้คำศัพท์ที่เข้าใจง่ายต่อทุกระดับการศึกษา	1	2.44
ไม่ควรใส่อารมณ์หรือความคิดเห็นลงในข่าว	1	2.44
ผู้สื่อข่าวควรมีจรรยาบรรณในการถามและนำเสนอ	1	2.44
มีโฆษณาคั่นนานเกินไป	1	2.44
ควรเพิ่มเวลาในการออกข่าวกีฬาและข่าวบันเทิง	1	2.44

จากตารางที่ 4.56 กลุ่มตัวอย่างที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ โดยเรียงลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้ชมมีข้อเสนอแนะในเรื่องควรนำเสนอข่าวให้เป็นกลางและนำเสนอทุกด้านไม่บิดเบือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.66 รองลงมาคือ ควรนำเสนอข่าวให้กระชับ ทันเหตุการณ์และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง คิดเป็นร้อยละ 34.14 ส่วนข้อเสนอแนะเรื่องควรใช้คำศัพท์ที่เข้าใจง่ายต่อทุกระดับการศึกษา ไม่ควรใส่อารมณ์หรือความคิดเห็นลงในข่าว ผู้สื่อข่าวควรมีจรรยาบรรณในการถามและนำเสนอ มีโฆษณาคั่นนานเกินไปและควรเพิ่มเวลาในการออกข่าวกีฬาและข่าวบันเทิงมีสัดส่วนที่เท่ากัน อยู่ที่ร้อยละ 2.44